

MOTIF DAN KEPUASAN MEMBACA KORAN PABELAN
(Studi Kesenjangan Antara Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Fakultas
Komunikasi dan informatika Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014
Unniversitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Koran Pabelan)



Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika

Oleh:

ARSITA DWI SURYANDARI

L 100100066

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

MOTIF DAN TINGKAT KEPUASAN MEMBACA KORAN PABELAN

(Studi Deskriptif Kuantitatif Uses And Gratification Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan informatika Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Unniversitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Koran Pabelan)

PUBLIKASI ILMIAH

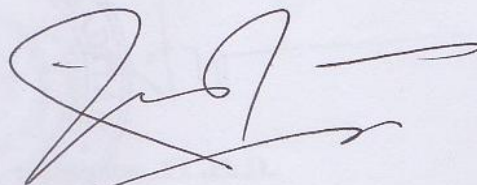
Oleh:

Arsita Dwi Suryandari

L100 100 066

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Budi Santoso, M.Si

NIK. 1276

HALAMAN PENGESAHAN

MOTIF DAN TINGKAT KEPUASAN MEMBACA KORAN PABELAN

(Studi Deskriptif Kuantitatif Uses And Gratification Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan informatika
Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Koran Pabelan)

OLEH:

ARSITA DWI SURYANDARI

L 100 100 066

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 28 Desember 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Budi Santoso, M.Si
(Ketua Dewan Penguji)
2. Agus Triyono, M.Si.
(Anggota Dewan Penguji I)
3. Dian Purworini, MM
(Anggota Dewan Penguji II)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan,

Margiyatna, ST., Ph.D.

NIK. 881

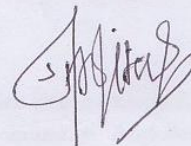
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 20 Desember 2017

Penulis



Arsita dwi Suryandari

L 100 1000 66

MOTIF DAN KEPUASAN MEMBACA KORAN PABELAN
(Studi Kesenjangan Antara Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Fakultas
Komunikasi dan informatika Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014
Unniversitas Muhammadiyah Surakarta Terhadap Koran Pabelan)

ABSTRACT

This study contains about the motive, gratification obtained and the gratification discrepancy obtained from reading Pabelan newspaper with respondents Students of Faculty of Communication and Informatics Prodi Science Communication Force 2014 Unniversitas Muhammadiyah Surakarta. The research used quantitative approach with descriptive method, that is descriptive or describe motive, satisfaction and decrease Student of Faculty of Communication and Informatics Prodi Science Communication Force 2014 Unniversitas Muhammadiyah Surakarta in reading Pabelan Newspaper. Data method in this research is research by using questionnaire as data instrument with Likert scale questionnaire model. Population in this research is student of Faculty of Communication and Informatics Prodi Science Communication force 2014 UMS with total sample counted 63 student. The sampling technique using simple random sampling technique. This study uses the theory of use and gratification. This theory has the concept of measuring the satisfaction (Gratification Sought) is the satisfaction to be obtained and the resulting satisfaction (Gratification obtained) through the motive information, personal identity motives, the motive of integrity and social interaction and entertainment motives. The purpose of this research are to determine the motive or the level of gratifications sought that is expected of respondents (GS) before reading Pabelan newspaper, and to determine the level of gratification obtained (GO) after reading Pabelan newspaper and to determine how big the gratification discrepancy (GD) obtained by responden. The results of this study indicate the motive satisfaction generated by students Prodi Science Communication Faculty of Communication and Informatics Force 2014 Muhammadiyah University of Surakarta in reading Pabelan Newspaper is the motive of personal identity by getting a percentage of 95.2% with the lowest growth rate that is with the percentage of 4.8%.

KeyWords: *Uses And Gratification Theory, Mass Communication, Mass Media*

ABSTRAK

Penelitian ini berisi tentang motif, kepuasan dan tingkat kesenjangan yang diperoleh dari membaca Koran Pabelan dengan responden Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan informatika Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Unniversitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, yaitu mendeskriptifkan atau mendeskripsikan motif, kepuasan dan kesenjangan Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan informatika Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Unniversitas Muhammadiyah dalam

membaca Koran Pabelan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan angket/kuesioner sebagai instrument pengumpulan data dengan model angket skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informatika Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 UMS dengan jumlah sampel sebanyak 63 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification. Teori ini memiliki konsep mengukur kepuasan (*Gratification Sought*) merupakan kepuasan yang ingin diperoleh dan kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) melalui motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial serta motif hiburan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif atau tingkat kepuasan yang diharapkan responden (GS) sebelum membaca koran Pabelan dan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang didapatkan setelah membaca koran Pabelan (GO) serta untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan kepuasan yang diperoleh responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif kepuasan yang didapatkan oleh mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam membaca Koran Pabelan adalah motif identitas pribadi dengan mendapat nilai presentase sebesar 95,2% dengan tingkat kesenjangan paling rendah yaitu dengan mendapatkan nilai presentase sebesar 4,8%.

Kata Kunci: Uses And Gratification Theory, Komunikasi Massa, Media massa.

1. PENDAHULUAN

Surat kabar salah satu media cetak yang dinilai lebih terkini dalam menyampaikan berita yang akan disampaikan kepada khalayak. Beberapa kelebihan dari surat kabar yaitu dapat disimpan lebih lama dapat didaur ulang dengan jelas, berbeda dengan media elektronik yang hanya dapat menginformasikan sepiantas dan membutuhkan perhatian dari komunikan untuk dapat memahami isi pesan (Mc Quail, 2001:30).

Media cetak dapat dikatakan mampu bertahan dipasaran, meski banyak pesaing muncul dengan berbagai teknologi canggih dimana dapat memudahkan konsumen atau khalayak untuk mengaksesnya. Keunggulan media cetak seperti halnya Koran telah teruji kemampuannya untuk beradaptasi dari masa ke masa. Seperti ungkapan dari seorang praktisi Koran Sindo dalam sebuah acara seminar. Wakil Pimpinan Redaksi Koran Sindo Djaka Susila yang berpendapat, bahwa sebagai sebuah media, koran sudah diuji sejak lama apakah bisa bertahan atau tidak, mulai dari kemunculan radio, televisi hingga saat ini media *online*.

Membuktikan bahwa koran mampu beradaptasi dengan sangat baik karena hingga saat ini, media konvensional satu ini tidak pernah mati (www.uny.ac.id).

Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) merupakan salah satu Universitas swasta yang cukup besar di Jawa Tengah. Tercatat sekitar 26000 mahasiswa aktif di UMS. UMS juga terdapat Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang bisa diikuti oleh mahasiswa UMS sebagai tempat bernaung untuk mengembangkan minat atau bakat diri selain perkuliahan. Salah satunya adalah Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Pabelan UMS yang aktif dalam dunia pers mahasiswa. Media cetak koran masih menjadi pilihan konsumsi khalayak karena memiliki karakter yang begitu kuat. Termasuk koran kampus yang juga memiliki karakter yang kuat meski hanya memiliki ruang lingkup yang lebih kecil (Andrianto, 2016).

LPM PABELAN merupakan pers kampus yang berdiri pertama kali dalam lingkup universitas di Jawa Tengah, berdiri tanggal 19 Maret 1997 pada waktu itu masih menggunakan Mentari dengan produknya Mentari Pos. Akibat pemberitaan yang menentang pemerintah pada tahun 1980. Beberapa bulan kemudian, pengurus mencoba membuat nama baru maka terpilihlah nama PABELAN dengan embel-embel awal UPKM (Unit Penertiban Kampus Mahasiswa). PABELAN dengan produk pertamanya WARKAT yang akhirnya berubah nama menjadi WARTA. Pertengahan tahun 80-an muncul majalah PABELAN yang merupakan perubahan dari WARTA yang pada akhirnya berubah lagi menjadi Jurnal Alternatif Pabelan. Pada bulan November 1983 muncul koran mahasiswa pertama di solo dengan nama PABELAN POS, yang beberapa tahun kemudian bermutasi menjadi Tabloid Pabelan Pos. Majalah pabelan yang terbit satu tahun sekali dan tabloid Pabelan Pos yang juga rutin dua bulan sekali membuahkan hasil dengan mendapatkan beberapa penghargaan (www.pabelan-online.com)

Pada awal tahun 2002 muncullah portal berita kampus pertama di Solo dan juga Jogjakarta dengan nama pabelan.s5.com namun baru beberapa tahun website ini mati. Tahun 2005 muncul kembali Koran Pabelan dengan ukuran dan format yang berbeda dari yang dulu, koran ini sampai sekarang masih eksis terbit setiap satu minggu sekali yang memberitakan tentang isu-isu kampus UMS. Setelah

mengalami kegagalan ditahun 2002, maka pada tahun 2009 LPM PABELAN mengeluarkan website terbarunya yakni pabelanonline.com dimana website ini sekarang menjadi acuan beberapa website pers kampus di Indonesia (www.pabelan-online.com)

Koran Pabelan merupakan salah satu produk LPM Pabelan yang bernaung dibawah bendera Pabelan Media Grup. Koran pabelan lahir pada tahun 2005 dengan SK pemimpin umum LPM Pabelan No.02/A-PU/LPM Pabelan/UMS/VI/2005, digawangi oleh sang kreator Mukhlis Khairi Dipa Nusantara (selaku pemimpin redaksi pada waktu itu) dengan segmentasi pembaca mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berita-berita yang terdapat dalam koran pabelan bersifat *straight news* yaitu berita yang bersifat aktual mengenai kegiatan kampus, politik mahasiswa dan isu-isu yang berkaitan dengan kebijakan rektorat. Frekuensi terbit koran Pabelan setiap satu minggu sekali dengan sebanyak 500 eksemplar. Pendistribusian koran Pabelan meliputi UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) fakultas, rektorat dan biro akademik. Koran Pabelan menjadi rujukan para aktifis mahasiswa, khususnya di Unniversitas Muhammadiyah Surakarta (www.pabelan-online.com).

Koran Pabelan berperan penting dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan fakultas maupun unniversitas, sehingga memudahkan mahasiswa dalam mengakses informasi. Visi utama dari koran Pabelan adalah menjadi Koran Berita Kampus dengan mengusung jargon “Mengawal Kritisisme Mahasiswa”. Diharapkan koran pabelan dapat menjadikan iklim dinamika kampus yang positif konstruktif semakin membumi. Alasan mengapa penulis memilih media cetak koran pabelan dalam penelitian ini, karena koran koran pabelan merupakan salah satu media massa cetak dalam lingkup kampus UMS yang populer dikalangan mahasiswa dalam mengakses informasi (www.pabelan-online.com).

Berbagai macam karakter mahasiswa tidak semua mahasiswa mengerti akan keberadaan koran Pabelan. Motif mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informatika untuk membaca koran Pabelan biasanya mereka hanya sekedar ingin mengetahui informasi terkini yang sedang terjadi atau diperbincangkan di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta maupun fakultas

mereka. Namun dibalik beberapa mahasiswa yang berminat untuk membaca koran pabelan ada pula mahasiswa yang tidak berminat samasekali untuk membaca koran pabelan tersebut, bahkan ada beberapa dari mereka yang tidak mengetahui keberadaan koran pabelan sebagaimana fungsinya untuk memberikan mereka informasi seputar kampus. Hal tersebut yang melatarbelakangi munculnya gagasan penulis untuk melakukan penelitian mengenai “Motif dan Tingkat kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FKI UMS angkatan 2014 membaca Koran Pabelan”.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui motif atau kepuasan yang diharapkan mahasiswa (GS) untuk mendorong mereka membaca Koran Pabelan serta kepuasan yang didapatkan (GO) setelah membaca Koran Pabelan dan seberapa besar kesenjangan kepuasan (GD) antara GS dan GO dengan menggunakan pendekatan *Uses and Gratification*. Pendekatan ini menganggap bahwa khalayak mempunyai sifat aktif dalam mencari serta menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Motif-motif tertentu pada khalayak yang menimbulkan sikap selektif terhadap media yang digunakannya. Media dianggap memenuhi motif khalayak. Karena jika melihat sejak pertama kali Koran Pabelan terbit, belum ada penelitian survey yang dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS terutama angkatan 2014. Dimana seharusnya sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi mereka mengetahui dengan baik fungsi media massa atau koran Pabelan sebagai mana mestinya dibandingkan fakultaslain yang berada di UMS.

Peneliti memilih mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014, karena mahasiswa angkatan tahun 2014 saat ini sudah memasuki semester 4 dan sudah beberap kali menemui keberadaan koran Pabelan, seharusnya mereka sudah beradaptasi dengan lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta, sehingga penelitian ini diharapkan dapat mempresentasikan atau mewakili sebagian dari mahasiswa yang ada dalam lingkup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UMS secara keseluruhan.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses And Gratification*, untuk mengkaji motif mahasiswa membaca koran pabelan dan seberapa puas mahasiswa

terhadap isi informasi yang disajikan dalam koran pabelan. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi, maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi dan media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono dalam Puspitorini, 2016).

Teori Uses And Gratification merupakan teori yang mengukur motif dan tingkat kepuasan khalayak terhadap media massa. Teori ini menekankan tentang bagaimana khalayak memilih media untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan atau memperoleh informasi. Khalayak aktif menggunakan media dan aktif memilih media apa yang akan dikonsumsi. Riset *uses and gratification* memfokuskan pada motif sebagai variabel independent yang mempengaruhi penggunaan media. Dalam riset *uses and gratification* survei digunakan untuk meninjau bagaimana khalayak menggunakan media. Apakah khalayak puas akan isi media, dan apakah media dapat memenuhi kebutuhan khalayak sehingga disebut sebagai media yang efektif. Konsep mengukur kepuasan ini disebut pencarian motif atau GS (*Gratification Sought*) dan perolehan kepuasan atau GO (*Gratification Obtained*). Periset dapat mengetahui kepuasan khalayak berdasarkan kesenjangan antara *Gratification Sought* (GS) dengan *Gratification Obtained* (GO). Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan (*Gratification Discrepancy*) adalah perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara GS dan GO dalam mengkonsumsi media tertentu. Semakin kecil kesenjangan kepuasannya semakin memuaskan media tersebut (Kriyantono, 2010 :211-212)..

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan diatas maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan yang diharapkan atau motif mahasiswa FKI UMS prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 dengan membaca koran pabelan berdasarkan motif pemenuhan kebutuhan informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Seberapa besar tingkat kepuasan yang didapatkan mahasiswa setelah membaca koran pabelan berdasarkan motif pemenuhan kebutuhan informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan. Berapa besar kesenjangan kepuasan (*Gratification Discrepancy*) antara variabel GS dan variabel GO dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014 UMS

setelah membaca Koran Pabelan berdasarkan motif pemenuhan kebutuhan informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi, serta motif hiburan.

Sebagai acuan dalam penelitian, peneliti menggunakan penelitian yang dilakukan oleh Purnomo Nugroho (2011), *Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Menonton Program Kick Andy* “Analisis teori Uses And Gratification Pada Mahasiswa FISIKOM UKSW” mengungkapkan bahwa Hasil penelitian ini, dari 67 responden, peneliti meneliti secara keseluruhan juga dibagi sesuai dengan tingkat penggunaan media. Secara keseluruhan dan aktif penonton, hasilnya menunjukkan adanya kesenjangan dalam bentuk ketidakpuasan. Sedangkan penonton pasif dan momental, hasilnya menunjukkan adanya kepuasan. Dalam penelitian tersebut media yang digunakan adalah media elektronik atau televisi yaitu sebuah acara. Berbeda dengan penelitian yang penelilitakukan, media yang peneliti gunakan adalah media cetak atau koran.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu dengan hanya memaparkan situasi maupun peristiwa. Dengan kata lain, melukiskan variabel demi variabel dan tidak mencari maupun menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa, atau membuat prediksi. Tetapi untuk mengetahui keadaan mengenai apa, berapa banyak dan sejauh mana. (Ratman, 2013).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode penelitian survei menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data primer dengan mengambil sampel dari suatu populasi. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan bersifat tertutup, dimana responden diberikan empat alternatif jawaban. Setiap pertanyaan atau pernyataan dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata yaitu (1) Sangat Setuju, (2) Setuju, (3) Tidak Setuju, (4) Sangat Tidak Setuju. Alasan peneliti tidak memberikan pilihan jawaban “N” yang berarti (Netral), karena jawaban tersebut kurang mewakili antara Setuju atau Tidak Setuju. Teknik pengumpulan data memakai kuisioner (angket) tertutup biasanya responden akan diberikan alternatif jawaban oleh

peneliti. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan fakta dilapangan (Kriyanto, 2006).

Terdapat dua jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil penyebaran angket kuesioner. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen yang mendukung, dapat berupa buku, jurnal, artikel, internet, serta hasil kajian pustaka sebagai pelengkap data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Informatika Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2014 sebanyak 174 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Unit sample dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi FKI UMS Angkatan 2014 yang didapat dari Tata Usaha (TU) Fakultas Komunikasi dan Informatika UMS pada tanggal 8 November 2017. Penelitian ini menarik sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N^2}$$

Dimana:

N : Besarnya populasi

n : Besarnya sampel

e : Nilai persisi 0,1(presisi diambil 10% karena melihat dari jumlah populasi yang besar yaitu lebih dari 100)

$$n = \frac{174}{1+174(0,1^2)} n = \frac{174}{2,74} n = 63,1 = 63$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, peneliti menemukan jumlah sampel sebesar 63,1 yang akan dibulatkan menjadi 63. Sehingga, peneliti menyebarkan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data penelitian kepada 63 mahasiswa FKI jurusan ilmu komunikasi angkatan 2014.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam tahap ini, peneliti menyajikan data hasil dari penyebaran kuesinioer yang telah diisi oleh responden yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS mengenai motif dan kepuasan membaca “Koran Pabelan”. Setelah peneliti mendapatkan data yang diinginkan selanjutnya peneliti menganalisis

menggunakan *software Statistic Product and Service Solutions* (SPSS) dan disajikan dalam bentuk tabel dengan distribusi frekuensi. Menyajikan data dalam bentuk tabel digunakan agar lebih mudah memahami data serta hasil dari olahan data penelitian. Pada sub bab di bawah ini akan menjelaskan hasil deskripsi data responden, pengujian persyaratan analisis berupa uji validitas dan uji realibilitas dari hasil kuisioner, analisis data sesuai aspek yang akan diteliti, serta pembahasan hasil analisis data.

3.1. Uji Instrumen Peneletian (Uji Kuesinioner)

3.1.1. Uji Validasi

Pengujian validitas menggunakan rumus *product moment* dari Pearson yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing-masing skor *item* pernyataan dari tiap variabel dengan total skor variabel tersebut. Jika skor *item* tersebut berkorelasi positif dengan skor total dan lebih tinggi dari korelasi antar *item* maka menunjukkan kevalidan instrumen tersebut. Penelitian ini menggunakan sampel untuk ujikuesioner sebanyak 63 responden dengan signifikansi 5%. Untuk penelitian ini, nilai *df* (*degree of freedom*) dapat dihitung sebagai berikut: $df=n-2 = 63-2=61$.

Uji validitas sebagaimana tabel diatas, menunjukkan bahwa semua $r_{hitung} > r_{tabel}$ variabel motif (X) dan variabel (Y) Kepuasan pada nilai signifikan 0,05 atau 5% yaitu 0,248. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua angket pertanyaan kuesiner penelitian ini valid. Sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil. Dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach*. Instrumen dapat dikatakan fleksibel atau handal bila memiliki koefisien realibilitas 0,6 atau lebih.

Hasil output nilai *alpha cronbach* dibandingkan dengan nilai *r* tabel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut reliabel.

Reliability Statistics

VariabelX	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	14

Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien Reliabilitas	Kesimpulan	Kategori
Motif	0,867	0,6	Reliabel	Sangat tinggi
Kepuasan	0,882		Reliabel	Sangat tinggi

VariabelY	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	14

Sumber: hasil pengelolaan data SPSS versi 18.00

Dari hasil output uji reliabilitas kuesioner motif diperoleh Alpha sebesar 0,867 dan kuesioner kepuasan diperoleh Alpha sebesar 0,882. Kemudian nilai Alpha tersebut dibandingkan dengan koefisien reliabilitas 0,60. Oleh karena nilai cronbach alpha 0,867 dan 0,882 > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut reliabel.

3.2. Analisis Data

Dari hasil penyebaran kuesioner didapat data bahwa penggolongan responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

3.2.1 Deskripsi Responden

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase %
Laki-Laki	29	46,04%
Perempuan	34	53,96%
Jumlah	63	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2017

Dari tabel diatas terlihat hasilnya bahwa besar responden Koran Pabelan adalah perempuan dengan jumlah 34 responden (53,96%) dan jumlah responden laki-laki adalah 29 responden (46,04%).

3.2.2 Kepuasan yang diharapkan (*Gratification Sought*) Responden Dengan Membaca Koran Pabelan

Berdasarkan Motif Kebutuhan Informasi (X)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	33,3	40	63,5	2	3,2	0	0	63	100
2	12	19	46	73	5	8	0	0	63	100
3	10	15,9	43	68,2	9	14,3	1	1,6	63	100
4	7	11,1	52	82,6	4	6,3	0	0	63	100
5	6	9,5	38	60,3	16	25,4	3	4,8	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2017

Berdasarkan data diatas diperoleh hasil pada item 1 pertanyaan tentang motif yang ingin diperoleh mengenai “informasi terbaru”, responden menjawab sebesar (63,5%) setuju mengenai mengetahui informasi terbaru tentang kondisi lingkungan kampus. Pada item 2, responden menjawab sebesar (73%) setuju mengenai informasi permasalahan yang sedang terjadi. Pada item 3, pertanyaan tentang motif yang ingin diperoleh mengenai “pemuasan”, responden menjawab sebesar (68,2%) setuju mengenai pemuasan rasa ingin tahu tentang kondisi lingkungan kampus. Pada item 4, pertanyaan tentang motif yang ingin diperoleh mengenai “pembelajaran”, responden menjawab sebesar (82,6%) setuju dan pada item 5, pertanyaan tentang motif yang ingin diperoleh mengenai “rasa damai” responden menjawab sebesar (60,3%) setuju ingin mendapat rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

Dalam motif kebutuhan informasi kepuasan yang ingin diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu “pembelajaran” sebesar (82,6%) menjawab setuju mengenai ingin mendapatkan pembelajaran tentang kondisi lingkungan kampus UMS.

Berdasarkan Motif Identitas Diri (X)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	14	22,2	44	69,8	5	8	0	0	63	100
2	9	14,3	47	74,6	7	11,1	0	0	63	100
3	9	14,3	45	71,4	9	14,3	0	0	63	100
4	12	19,1	44	69,8	7	11,1	0	0	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pada item 1 yaitu pertanyaan tentang motif yang ingin diperoleh “rasa ingin tahu”, responden menjawab sebesar (69,8%) setuju mengenai “Koran Pabelan” memuaskan rasa ingin tahu mahasiswa terhadap lingkungan kampus UMS. Pada item 2, pertanyaan mengenai motif yang ingin diperoleh “pembelajaran sikap”, responden menjawab sebesar (74,6%) setuju mengenai ingin mendapatkan pembelajaran sikap tentang kondisi lingkungan kampus. Pada item 3, pertanyaan tentang motif yang ingin diperoleh mengenai “inspirasi”, responden menjawab sebesar(72,4%) setuju mengenai ingin mendapatkan inspirasi dari narasumber “Koran Pabelan”. Pada item 4, pertanyaan mengenai pemahaman , responden menjawab sebesar (69,8%) setuju mengenai pemahaman tentang kondisi lingkungan kampus.

Dalam motif identitas diri kepuasan yang ingin diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu “pembelajaran sikap” sebesar (74,6%) menjawab setuju mengenai ingin mendapatkan pemebelajaran sikap yang harus dilakukan di lingkungan kampus UMS.

Berdasarkan Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (X)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	33,3	37	58,7	5	8	0	0	63	100
2	17	27	41	65	5	8	0	0	63	100
3	17	27	45	71,4	1	1,6	0	0	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2017

Berdasarkan data diatas pada item 1 mengenai motif ingin mendapatkan segala informasi, responden menjawab sebesar (58,7%) setuju. Pada item 2 pertanyaan mengenai motif ingin mendapatkan "bahan percakapan", responden menjawab sebesar (65%) setuju mengenai ingin dapat menemukan bahan percakapan dengan mahasiswa lain. Pada item 3 pertanyaan mengenai motif ingin mendapatkan "informasi terbaru", responden menjawab sebesar (71,4) setuju mengenai motif ingin dianggap memiliki informasi terbaru.

Dalam motif integrasi dan interaksi sosial kepuasan yang ingin diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu "informasi terbaru" sebesar (71,4%) menjawab setuju mengenai ingin dianggap memiliki informasi terbaru yang terjadi dalam lingkungan kampus UMS.

Berdasarkan Motif Hiburan (X)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	8	12,7	50	79,3	5	8	0	0	63	100
2	8	12,7	55	87,3	0	0	0	0	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pada item 1, pertanyaan mengenai motif yang ingin diperoleh mengenai "kegelisahan", responden menjawab sebesar (79,3) setuju mengenai keinginan mengurangi kegelisahan terhadap informasi yang menyimpang. Pada item 2 pertanyaan motif yang ingin diperoleh mengenai "waktu luang", responden menjawab sebesar (87,3%) setuju mengenai keinginan memanfaatkan waktu luang dengan hal yang bermanfaat.

Dalam motif hiburan kepuasan yang ingin diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu "waktu luang" sebesar (71,4%) menjawab setuju mengenai keinginan memanfaatkan waktu luang dengan hal yang bermanfaat.

3.2.3 Tingkat Kepuasan yang Diperoleh (*Gratification Obtained*) Responden Membaca Koran Pabelan

Berdasarkan motif informasi (Y)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	31,7	41	65,1	2	3,2	0	0	63	100
2	15	23,8	44	69,8	4	6,3	0	0	63	100
3	10	15,9	44	69,8	9	14,2	0	0	63	100
4	7	11,1	51	81	5	7,9	0	0	63	100
5	11	17,5	37	58,7	14	22,2	1	1,6	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2017

Berdasarkan data diatas diperoleh hasil pada item 1 pertanyaan tentang motif yang diperoleh mengenai “informasi terbaru”, responden menjawab sebesar (65,1%) setuju mengenai mendapat informasi terbaru tentang kondisi lingkungan kampus. Pada item 2, responden menjawab sebesar (69,8%) setuju mengenai mendapat informasi permasalahan yang sedang terjadi. Pada item 3, pertanyaan tentang motif yang diperoleh mengenai “pemuasan”, responden menjawab sebesar (69,8%) setuju mengenai dapat memuaskan rasa ingin tahu tentang kondisi lingkungan kampus. Pada item 4, pertanyaan tentang motif yang diperoleh mengenai “pembelajaran”, responden menjawab sebesar (81%) setuju mengenai mendapatkan pembelajaran tentang kondid lingkungan kampus, dan pada item 5, pertanyaan tentang motif yang diperoleh mengenai “rasa damai” responden menjawab sebesar (60,3%) setuju mengenai mendapatkan rasa damai melalui penambahan pengetahuan tentang kondisi lingkungan kampus UMS.

Dalam motif kebutuhan informasi kepuasan yang diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu “pembelajaran” sebesar (81%) menjawab setuju mengenai mendapatkan pemebelajaran tentang kondisi lingkungan kampus UMS.

Berdasarkan Identitas Pribadi (Y)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	15,9	47	74,6	6	9,5	0	0	63	100
2	6	9,5	50	79,4	7	11,1	0	0	63	100
3	13	20,6	43	68,3	7	11,1	0	0	63	100
4	13	20,6	44	69,8	6	9,5	0	0	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pada item 1 yaitu pertanyaan tentang motif yang diperoleh “rasa ingin tahu”, responden menjawab sebesar (74,6%) setuju mengenai “Koran Pabelan” memuaskan rasa ingin tahu mahasiswa terhadap lingkungan kampus UMS. Pada item 2, pertanyaan mengenai pembelajaran sikap, responden menjawab sebesar (79,4%) setuju mengenai mendapat pembelajaran sikap tentang kondisi lingkungan kampus. Pada item 3, pertanyaan tentang motif yang ingin diperoleh mengenai “inspirasi”, responden menjawab sebesar (68,3%) setuju mengenai mendapatkan inspirasi dari narasumber “Koran Pabelan”. Pada item 4, pertanyaan mengenai pemahaman, responden menjawab sebesar (69,8%) setuju mengenai mendapat pemahaman tentang kondisi lingkungan kampus.

Dalam motif identitas diri kepuasan yang diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu “pembelajaran sikap” sebesar (79,4%) menjawab setuju mengenai mendapatkan pembelajaran sikap yang harus dilakukan di lingkungan kampus UMS.

Berdasarkan Integrasi dan Interaksi Sosial (Y)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	28,6	38	60,3	7	11,1	0	0	63	100
2	10	15,9	45	71,4	7	11,1	1	1,6	63	100
3	15	23,8	45	71,4	2	3,2	1	1,6	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

Berdasarkan data diatas pada item 1 mengenai mendapatkan segala informasi, responden menjawab sebesar (60,3%) setuju. Pada item 2 pertanyaan mengenai ”bahan percakapan”, responden menjawab sebesar (71,4%) setuju mengenai dapat menemukan bahan percakapan dengan mahasiswa lain. Pada item 3 pertanyaan mengenai “informasi terbaru”, responden menjawab sebesar (71,4) setuju mengenai dapat dianggap memiliki informasi terbaru.

Dalam motif integrasi dan interaksi sosial kepuasan yang diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu “informasi terbaru” sebesar (71,4%) menjawab setuju mengenai dapat dianggap memiliki informasi terbaru yang terjadi dalam lingkungan kampus UMS.

Berdasarkan Hiburan (Y)

Item	Keterangan									
	SS		S		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	9,5	41	65,1	14	22,2	2	3,2	63	100
2	7	11,1	44	69,8	10	15,9	2	3,2	63	100

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pada item 1, pertanyaan mengenai motif didapatkan mengenai “kegelisahan”, responden menjawab sebesar (65,1) setuju mengenai dapat mengurangi kegelisahan terhadap informasi yang menyimpang. Pada item 2 pertanyaan motif didapatkan mengenai “waktu luang”, responden menjawab sebesar (69,8%) setuju mengenai dapat memanfaatkan waktu luang dengan hal yang bermanfaat.

Dalam motif hiburan kepuasan yang ingin diperoleh merupakan indikator dominan yang dipilih responden yaitu “waktu luang” sebesar (69,8%) menjawab setuju mengenai keinginan memanfaatkan waktu luang dengan hal yang bermanfaat.

Tingginya tingkat kepuasan tersebut didapat jika apa yang mereka dapatkan melebihi dari apa yang mereka harapkan, semakin tinggi apa yang mereka

harapkan dibandingkan dengan apa yang mereka terima maka tingkat kepuasan dari pembaca “Koran Pabelan” akan semakin tinggi.

3.2.4 Tingkat Kesenjangan Kepuasan (Gratification Discrepancy) Antara Variabel GS dan GO Di Kalangan Responden Setelah Membacaca Koran Pabelan

Kesenjangan Kepuasan (*Gratification Discrepancy*) ialah kesenjangan yang terjadi diantara nilai kepuasan yang diharapkan *gratifications sought* dengan nilai kepuasan yang diperoleh *gratifications obtained* khalayak setelah menggunakan suatu media. Untuk mengetahui nilai kesenjangan kepuasan dari perbedaan kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh responden (Oktriyanto, 2010). Untuk mengatur kesenjangan kepuasan mengacu pada rumus statistik discrepancy Palmgreen sebagai berikut:

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n_{i,j}}{\sum \sum_{i \neq j} n_{i,j}}$$

Dimana:

D : *discrepancy* / kesenjangan

n : Jumlah sampel

i : kepuasan yang dicari (GS)

j : Kepuasan yang diperoleh (GO)

Dalam mengoprasikan rumus discrepancy digunakan tabulasi silang (*cross tabulation*) dimana setiap item dari kepuasan yang dicari disilangkan dengan item-item sejenis dari kepuasan yang diperoleh dalam bentuk kode secara manual (*coding set*). Hasil perhitungannya digunakan untuk mengetahui presentase tingkat kesenjangan kepuasan media dalam memuaskan responden berdasarkan item-item yang telah ditentukan. Melihat penilitan terdahulu, ditetapkan batasan kepuasan minimal sebesar 70% atau jika tingkat kesenjangan yang dialami responden berkisar antara 0-30%, maka kebutuhan tersebut dianggap memuaskan apabila kesenjangan kepuasan suatu media menunjukkan presentase diatas 30% berarti media tersebut dianggap tidak mampu memuaskan responden.

Dari hasil penelitian yang dilakuakn diatas maka tingkat kesenjangan kepuasan terhadap 63 responden pembaca Koran Pabelan didapat hasil sebagai berikut:

3.2.4.1 Motif Kebutuhan Informasi

GS GO	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	12	6	0	0	18
S	4	32	5	0	41
TS	0	2	3	0	4
STS	0	0	0	0	0
Jumla h	16	40	7	0	63

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

$$\sum_{i \neq j} n. i. J = 6+5+2= 13$$

$$\sum_i \sum_j n. i. J = 63$$

$$\frac{13}{63} \times 100\% = 20,6\%$$

Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa tingkat kesenjangan kepuasan untuk kebutuhan informasi angka kesenjangan yang diberikan Koran Pabelan sebesar 20,6%. Terlihat bahwa tigkat kesenjangan yang dialami diantar 0-30%. Dapat dikatakan bahwa Koran Pabelan memuaskan pembaca terutama pembaca yang menjadi responden dalam penelitian ini.

3.2.4.2 Motif Identitas Pribadi

GS GO	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	21	1	0	0	22
S	3	33	1	0	37
TS	0	3	0	1	4
STS	0	0	0	0	0
Jumla h	24	37	1	1	63

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

$$\sum_{i \neq j} n. i. J = 1+1+1=3$$

$$\sum_i \sum_j n. i. J = 63$$

$$\frac{3}{63} \times 100\% = 4,8\%$$

Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa tingkat kesenjangan kepuasan untuk motif identitas pribadi angka kesenjangan yang diberikan Koran Pabelan sebesar 4,8%. Terlihat bahwa tingkat kesenjangan yang dialami diantara 0-30%. Dapat dikatakan bahwa Koran Pabelan memuaskan pembaca terutama pembaca yang menjadi responden dalam penelitian ini.

3.2.4.3 Motif Integrasi dan Interaksi Sosial

GS GO	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	19	4	0	0	23
S	6	32	0	0	38
TS	0	2	0	0	2
STS	0	0	0	0	0
Jumlah	23	38	0	0	63

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

$$\sum_{i \neq j} n. i. J = 4+6+2$$

$$\sum_i \sum_j n. i. J = 63$$

$$\frac{12}{63} \times 100\% = 19,1\%$$

Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa tingkat kesenjangan kepuasan untuk motif integrasi dan interaksi sosial angka kesenjangan yang diberikan Koran Pabelan sebesar 19,1%. Terlihat bahwa tingkat kesenjangan yang dialami diantara 0-30%. Dapat dikatakan bahwa Koran Pabelan memuaskan pembaca terutama pembaca yang menjadi responden dalam penelitian ini.

3.2.4.4 Motif Hiburan

GS GO	SS	S	TS	STS	Jumlah
SS	6	3	0	0	9
S	7	42	0	0	49
TS	10	3	0	0	3
STS	1	1	0	0	2
Jumlah	14	49	0	0	63

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

$$\sum_{i \neq j} n. i. J = 3+3+1$$

$$\sum_i \sum_j n. i. J = 63$$

$$\frac{7}{63} \times 100\% = 11,1\%$$

Dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa tingkat kesenjangan kepuasan untuk motif hiburan angka kesenjangan yang diberikan Koran Pabelan sebesar 11,1%. Terlihat bahwa tingkat kesenjangan yang dialami diantar 0-30%. Dapat dikatakan bahwa Koran Pabelan memuaskan pembaca terutama pembaca yang menjadi responden dalam penelitian ini.

3.2.4.5 Motif Yang Lebih Memuaskan Responden

Dari analisis kesenjangan kepuasan yang dilakukan oleh peneliti diatas maka didapat suatu hasil bahwa seluruh motif yang ada terdapat dalam penelitian ternyata memuaskan responden Koran Pabelan. Dimana-masing-masing motif memiliki nilai antara 0%-30% yang artinya masih dalam batas kepuasan yang didapatkan. Dibawah ini tabel perbandingan kesenjangan yang didapatkan:

Kesenjangan Kepuasan Responden Berdasarkan Motif

Motif	Tingkat Kepuasan	Kesenjangan	Kepuasan yang diperoleh
	%	%	%
Kebutuhan Informasi	100	20,6	79,4
Identitas Pribadi	100	4,8	95,2
Integrasi dan Interaksi Sosial	100	19,1	80,9
Hiburan	100	11,1	88,9

Sumber: Hasil pengolahan data 2017

Dari hasil penelitian terdapat pada tabel diatas diketahui bahwa motif identitas pribadi adalah motif yang paling memberikan kepuasan terhadap responden yang ditunjukkan dengan tingkat kesenjangan kepuasan paling kecil yaitu dengan nilai kesenjangan sebesar 4,8% dengan angka kepuasan yang diperoleh sebesar 95,2%. Sedangkan tingkat kepuasan lainnya berdasarkan motif yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, yaitu motif

kebutuhan informasi dengan nilai sebesar kesenjangan sebesar 20,6 dengan angka kepuasan yang diperoleh sebesar 79,4%, motif integrasi dan interaksi sosial mendapat nilai sebesar kesenjangan 19,1% dengan angka kepuasan yang diperoleh sebesar 80,9% sedangkan motif hiburan mendapat nilai kesenjangan sebesar 11,1% dengan angka kepuasan yang diperoleh sebesar 88,9%.

Secara keseluruhan dan aktif penonton, hasilnya menunjukkan adanya kesenjangan dalam bentuk ketidakpuasan. Sedangkan penonton pasif dan momental, hasilnya menunjukkan adanya kepuasan (Nugroho, 21011).

Sedangkan pada hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa media yang mampu memenuhi akan kebutuhan hiburan masih menjadi pilihan utama bagi responden dalam penelitian ini. Tingkat harapan akan sebuah media akan berpengaruh terhadap penggunaan media yang akhirnya akan mempengaruhi juga terhadap kepuasan yang diperoleh.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif atau kepuasan yang diharapkan mahasiswa membaca koran Pabelan serta kepuasan yang diperoleh mahasiswa FKI UMS prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 membaca koran pabelan dan untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan kepuasan (Gratification Discrepancy) antara variabel GS dan variabel GO di kalangan responden setelah membaca Koran Pabelan berdasarkan motif pemenuhan kebutuhan informasi, motif identitas diri, motif integrasi dan interaksi, serta motif hiburan.

Dari hasil pembahasan diatas, maka peneliti memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1)Tingkat Kepuasan yang diharapkan (*Gratificatio Sought*)Responden Dalam Membaca Koran Pabelan.

Salah satu kebutuhan yang bisa dipenuhi oleh kehadiran media massa menunjukkan bahwa setiap orang selalu memiliki kebutuhan yang memerlukan pemenuhan sehingga membentuk motif tertentu yang mendorong seseorang dalam menggunakan media massa. Motif diartikan sebagai suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu atau melakukan tindakan maupun bersikap tertentu. Berdasarkan

definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemakaian media massa oleh seseorang didorong oleh alasan yang menyebabkan seseorang itu berbuat sesuatu, yaitu menggunakan media massa. Dalam suatu motif umumnya terdapat dua unsur pokok, yaitu unsur dorongan atau kebutuhan dan tujuan (Handoko, 1992:9-10 dalam (Yulianti, 2011)).

Berdasarkan perhitungan pada pembahasan diatas yang telah dikelompokkan berdasarkan 4 motif yang diharapkan responden akan media cetak, hampir seluruhnya merupakan kebutuhan yang ingin dicari pemuasnya dengan cara membaca Koran Pabelan. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya 4 motif kebutuhan yang mendapat presentase tertinggi pada skala setuju.

Pada Motif Kebutuhan Akan Informasi ini terlihat dari data responden yang diperoleh, bahwa tingkat kepuasan yang diharapkan mendapatkan presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (82,6%). Motif Identitas Diri pada motif ini dapat dilihat dari data responden yang didapat, bahwa tingkat kepuasan yang diharapkan memiliki presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (74,6%). Motif Integrasi dan Interaksi Sosial pada motif ini terlihat dari data responden yang didapat, bahwa tingkat kepuasan yang diharapkan memiliki presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (71,4%). Motif Hiburan pada motif ini terlihat dari data responden yang didapat, bahwa tingkat kepuasan yang diharapkan memiliki presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (71,4%).

Secara keseluruhan tingkat kepuasan yang diharapkan responden (*Gratification Sought*) apabila menunjukkan nilai presentase diatas 50% pada skala setuju. Dapat diartikan sebagian besar responden ingin mencari pemenuhan atas kebutuhannya dari membaca Koran Pabelan.

Sehingga dapat diketahui motif yang mendasari atau motif yang diharapkan responden adalah motif kebutuhan akan informasi dengan mendapatkan nilai sebesar 82,6%.

2) Tingkat Kepuasan yang Diperoleh(*Gratification Obtained*) Responden Dalam Membaca Koran Pabelan.

Motif dan kepuasan memiliki hubungan yang sangat erat. Motif melatarbelakangi khalayak dalam menggunakan media masa serta kepuasan yang didapatkan timbul jika motif tersebut media dapat memenuhinya. Penelitian yang dilakukan Palmgreen menanyakan kembali apakah motif yang mendorong khalayak untuk menggunakan media massa agar dapat memenuhi kebutuhannya oleh media massa yang bersangkutan. Kepuasan merupakan hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan barang atau jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan (Yamit, 2001:79 dalam Yulianti, 2011).

Dari 4 motif kebutuhan yang diperoleh responden akan media cetak, hampir seluruhnya dapat terpuaskan setelah membaca Koran Pabelan. Hal tersebut terbukti dengan adanya 4 motif kebutuhan yang mendapat presentase tertinggi.

Motif Kebutuhan Akan Informasi dari data responden yang didapatkan, bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh atas motif kebutuhan akan informasi memiliki presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (81%). Motif Identitas Diri paada motif ini terlihat dari data responden yang didapat, bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh memiliki presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (79,4%). Motif Integrasi dan Interaksi Sosial pada motif ini terlihat dari data responden yang didapat, bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh memiliki presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (71,4%). Motif Hiburan pada motif ini terlihat dari data responden yang didapat, bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh memiliki presentase tertinggi pada jawaban “setuju” dengan presentase sebesar (69,8%).

Secara keseluruhan tingkat kepuasan yang didapatkan responden (*Gratification Sought*) apabila menunjukkan nilai presentase diatas 50% pada skala setuju. Dapat diartikan sebagian besar responden ingin mencari pemenuhan atas kebutuhannya dari membaca Koran Pabelan.

Sehingga dapat diketahui motif yang didapatkan dari responden dalam membaca Koran Pabelan dalam kenyataannya adalah motif kebutuhan informasi dengan mendapatkan nilai sebesar 81%.

3) Kesenjangan Kepuasan (*Gratification Discrepancy*) antara Variabel GS dan GO di Kalangan Responden Setelah Membaca Koran Pabelan.

Kesenjangan kepuasan (*Gratification Discrepancy*) merupakan perbedaan perolehan kepuasan yang terjadi antara kepuasan yang diharapkan *Gratification Sought* (GS) dengan kepuasan yang didapatkan *Gratification Obtained* (GO) dalam mengkonsumsi media tertentu. Semakin kecil kesenjangan kepuasannya semakin memuaskan media tersebut (Kriyantono, 2010:211-212).

Dari hasil analisis penelitian diketahui bahwa motif identitas pribadi adalah motif yang paling memberikan kepuasan terhadap responden yang ditunjukkan dengan tingkat kesenjangan kepuasan paling rendah yaitu dengan nilai sebesar 4,8% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 95,2%. Sedangkan tingkat kesenjangan kepuasan lainnya berdasarkan motif yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, yaitu motif kebutuhan informasi dengan nilai kesenjangan kepuasan sebesar 20,6% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 79,4%, motif integrasi dan interaksi sosial mendapat nilai sebesar 19,1% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 80,9% dan motif hiburan mendapat nilai sebesar 11,1% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 88,9%.

Sehingga dapat dipastikan dari analisis terlihat bahwa kepuasan tertinggi yang didapatkan oleh responden, atau kesenjangan terendah yang responden terima adalah pada motif identitas pribadi yaitu dengan mendapat nilai kesenjangan terendah sebesar 4,8% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 95,2%.

3.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang kesenjangan motif dan kepuasan membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014 UMS diperoleh hasil bahwa tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan membaca

koran Pabelan dilihat dari aspek kebutuhan informasi memperoleh nilai kesenjangan sebesar 20,6% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 79,4%. Menunjukkan bahwa tingkat kepuasan setelah membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS angkatan 2014 berdasarkan kebutuhan informasi termasuk dalam kategori **sedang**.

Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014 UMS diperoleh hasil bahwa tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan membaca koran Pabelan dilihat dari aspek identitas pribadi memperoleh nilai kesenjangan sebesar 4,8% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 95,2%. Menunjukkan bahwa tingkat kepuasan setelah membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS angkatan 2014 berdasarkan kebutuhan identitas pribadi termasuk dalam kategori **tinggi**.

Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014 UMS diperoleh hasil bahwa tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan membaca koran Pabelan dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial memperoleh nilai kesenjangan sebesar 19,1% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 80,9%. Menunjukkan bahwa tingkat kepuasan setelah membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS angkatan 2014 berdasarkan kebutuhan identitas pribadi termasuk dalam kategori **sedang**.

Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014 UMS diperoleh hasil bahwa tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan membaca koran Pabelan dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial memperoleh nilai kesenjangan sebesar 11,1% dengan nilai kepuasan yang diperoleh sebesar 88,9%. Menunjukkan bahwa tingkat kepuasan setelah membaca koran Pabelan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS angkatan 2014 berdasarkan kebutuhan identitas pribadi termasuk dalam kategori **sedang**.

4. PENUTUP

Dapat diketahui motif yang mendasari atau motif yang diharapkan responden adalah motif kebutuhan akan informasi dengan mendapatkan nilai sebesar 82,6% namun dalam kenyataannya dapat diketahui motif yang didapatkan oleh responden dalam membaca koran Pabelan adalah motif identitas pribadi dengan mendapatkan nilai sebesar 81%. Dalam perhitungan kesenjangan kepuasan yang didapatkan, motif identitas diri mendapatkan nilai tingkat kesenjangan paling rendah dan mendapatkan nilai tertinggi untuk tingkat kepuasan yang didapatkan responden dalam membaca koran Pabelan.

Berdasarkan analisis data penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa motif kepuasan yang didapatkan oleh mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam membaca Koran Pabelan adalah motif identitas diri dengan mendapat nilai presentase sebesar 95,2% dengan tingkat kesenjangan paling rendah yaitu dengan mendapatkan nilai presentase sebesar 4,8%.

Kelemahan pada penelitian ini. Penelitian hanya dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi FKI UMS angkatan 2014 sehingga dapat dikatakan obyek yang digunakan kurang luas. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa dapat menganalisisnya dan dapat dijadikan bahan referensi. Peneliti selanjutnya mampu melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dan melakukan wawancara secara mendalam agar mendapatkan jawaban yang lebih bervariasi dengan obyek penelitian yang lebih luas.

Manfaat dalam penelitian ini untuk menggambarkan atau mengetahui kepuasan pembaca khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam membaca Koran Pabelan serta sebagai referensi untuk para peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama dengan tema dan metode yang sama maupun dengan metode yang berbeda. Dan sebagai masukan serta saran untuk pihak Koran Pabelan dan untuk mengetahui bagaimana realita yang ada dilapangan mengenai kepuasan pembaca Koran Pabelan.

Persantunan

Pertama-tama saya ucapkan syukur alhamdulillah terimakasih kepada Allah SWT yang membimbing dan menyertai saya dalam melangkah untuk menyelesaikan penelitian ini. Peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung yang telah berperan penting dalam terselesaikannya penelitian ini, diantaranya adalah: Drs. Budi Santoso S.Sos M.Si selaku pembimbing terimakasih atas segala waktu, bimbingan dan motivasinya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini. Alm. Bapak, terimakasih sampai akhir sebelum bapak pergi bapak tetap terus menyemangati saya dan meyakinkan saya bahwa saya bisa menyelesaikan penelitian ini. Ibu, Kakak, adek tercinta, terima kasih atas doa, kasih sayang dan dukungan untukku. Keberhasilan dan kebahagiaanku tidak akan lengkap tanpa suport dari kalian. Sahabat-sahabat saya dan teman seperjuangan angkatan 2010 FKI UMS yang juga selalu membagi pengalaman dan memberikan suport untukku agar tetap semangat. Seluruh responden mahasiswa FKI Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta yang bersedia meluangkan waktunya sebagai subyek dalam penelitian ini dan berbagai pihak yang tidak mampu peneliti sebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, Karisma Rio. (2017). *Kredibilitas Koran Pabelan Dimata Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
http://eprints.ums.ac.id/49084/1/Naskah%20Publikasi%20Karisma%20Rio%20Andrianto%20L1001_00084.pdf
- Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, L. Komala, *Komunikasi Massa; Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Greene, Kathryn. Krcmar, Marina. (2005). *Predicting Exposure to and Liking of Media Violence: A Uses and Gratifications Approach*. Communication Studies. Vo. 56, No. 1, pp. 71-9
<https://search.proquest.com/docview/233195183/fulltextPDF/64E0286DA2274659PQ/2?accountid=38628>
- Leica Olo, Freddick. (2013). *Intragratification: Uses And Gratification Of Instagram By University Students For Interpersonal Communication*. Turki: Esterns Medditerranean Unifersity.

- Mc Quail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Meliah, Surya Rezky, (2016). *Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menonton Tayangan "Ini Talk Show" Di Net TV (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Alaudin Makassar)*.
<http://uin-alaudin.ac.id/635/2>.
- Ngaisah, Siti . (2015). *DAMPAK KOMUNIKASI MASSA PADA KHALAYAK (Studi Deskriptif Kualitatif Tayangan Visualisasi Tubuh Perempuan di Acara Late Night Show Trans TV pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2011)*.
<http://digilib.uin-suka.ac.id/18741/2/11730109>
- Nurudin, *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011.
- Obot, Charles. (2013). *Radio News Source Preference Residents Of UYO Urban, Nigeria*. Journal of Arts and Humanities (JAH), Volume-2, No-7, Agustus 2013.
- Okriyanto, Dhani Dimas. (2010). *Kesenjangan Kepuasan Dalam Membaca Surat Kabar Harian Lokal (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Kesenjangan Kepuasan Dalam Membaca Rubrik Berita di Surat Kabar Solopos dan Surat Kabar Joglosemar di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi S1 Reguler FISIP UNS Angkatan 2012-2013)*.
www.jurnalkommas.com/docs
- Panuju, Redi, *Sistem Komunikasi Indonesia*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 1997.
- Puspitorini, Dyah Ayu. (2016). *Motif Dan Kepuasan Penggunaan Instagram (Studi Kesenjangan Antara Motif Dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013)*.
<http://eprints.ums.ac.id/41140/12/02.NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Rachman, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Rachmat, Kriyantono, *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010.
- Savenir, J. Werner & James W. Tankard, Jr. (2001). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terpaan Didalam Media Massa*. Adelson Wesley Longman, Inc. Edisi kelima.

Sutarso, Joko. 2012. *Perempuan, Kekuasaan dan Media Massa: Sebuah Studi Pustaka. KomuniTi, Vol.IV No.1* Sutarso 2012, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Hal: 1-17.

<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/1827>.

Vakkari, Pertti. (2012). *Internet use increases the odds of using the public library*.
<https://search.proquest.com/docview/1124696821/64E0286DA2274659PQ/20?accountid=38628>

Wei Pei-Shan, Lu Hsi-Peng. (2014). *Why Do People Play Mobile Social Games ? An Examination Of Network Externalities And Of Uses And Gratification*.

Internet research, Vol. 24 Issue: 3, pp. 3133331, <https://doi.org/10.1108/intR-04-2013-0082>.

Werdinityas, astry. (2016). *Kesenjangan Kepuasan Dalam Menyaksikan Program Acara Jejak paranormal Di ANTV Dan Mister Tukul Jalan-Jalan Di Trans7 (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Mahasiswa ilmu Komunikasi FKI UMS Angkatan 2006-2014 Dengan Pendekatan Uses Anad Gratification)*.
<http://eprints.ums.ac.id/41224/1/NASKAH%20PUBLIKASI%20astri%20w%202016.pdf>

[Www.Pabelan-online.com](http://www.Pabelan-online.com)

www.uny.ac.id

Yulianti, JRD. (2011). *KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP BERITA DI MAJALAH BAHANA (Studi Deskriptif Tentang Kepuasan Pembaca Rubrik Vitamin for Mind di Majalah Rohani Bahana pada Mahasiswa Teologi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta)*. [https:// journal.uajy.ac.id/2366/2/1KOM03064.pdf](https://journal.uajy.ac.id/2366/2/1KOM03064.pdf) <http://e-journal.uajy.ac.id/2366/2/1KOM03064.pdf>